

Janvier

2020

Vie professionnelle



Une sélection faite pour vous parmi nos nouveautés.

Cliquez sur la couverture ou sur le titre pour connaître la disponibilité des documents et les réserver en ligne !



Intelligence artificielle : l'alliance des mathématiques et de la technologie

POLE

Des contributeurs analysent l'apport des mathématiques à l'intelligence artificielle, notamment avec les réseaux neuronaux employés dans de multiples applications. Ils examinent également les enjeux éthiques, industriels et intellectuels de ce bouleversement dans la manière d'appréhender le travail de l'ordinateur.

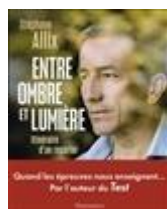


Quand la machine apprend : la révolution des neurones artificiels et de l'apprentissage profond

Le Cun, Yann

O. Jacob

Informaticien et expert des réseaux de neurones, l'auteur, dont les travaux ont été récompensés par le Prix Turing 2019, présente son parcours et dresse un état des lieux de la recherche ainsi que de ses évolutions prévisibles dans ce domaine clé de l'intelligence artificielle.



Entre ombre et lumière : itinéraire d'un reporter

Allix, Stéphane

Flammarion

Photographe reporter, l'auteur révèle son parcours de vie, de son premier reportage à 19 ans aux rencontres avec de grands penseurs spirituels pour le compte de l'Institut de recherche sur les expériences extraordinaires (INREES).



De l'idée à la création d'entreprise : concrétisez votre projet

Bergerault, François

Bergerault, Nicolas

Dunod

A destination de ceux qui souhaitent transformer leur idée en véritable projet, en prenant conscience des enjeux et des difficultés d'une création d'entreprise, cet ouvrage permet de se poser les bonnes questions, d'éviter les pièges et d'avoir confiance en soi. Avec de nouveaux témoignages et un cas pratique de migration digitale.



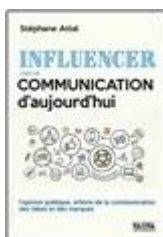
L'art de la facilitation

Cristol, Denis

Joly, Cécile

ESF sciences humaines

Outil indispensable pour utiliser l'intelligence collective du groupe, le processus facilitation repose sur le fait de rendre chacun acteur du changement, permettant ainsi de renforcer l'engagement individuel et collectif. Ce parcours de progression repose sur 21 points articulés autour d'exemples concrets pour mieux saisir les fondements et prérequis de cette démarche.



Influencer, c'est la communication d'aujourd'hui : l'opinion publique, arbitre de la communication des idées et des marques

Attal, Stéphane

Maxima Laurent du Mesnil

Loin de la manipulation ou du lobbying, la communication d'influence consiste à faire passer un message en le mettant en scène, en mots et en images, favorisant ainsi son appropriation par le destinataire. En s'appuyant sur des exemples de succès ou d'échecs empruntés au monde de l'entreprise ou à la politique, ce guide présente cette technique de communication en plein développement.



Nudge marketing : les sciences comportementales pour un marketing gagnant-gagnant

Singler, Éric

Pearson

Présentation d'une nouvelle forme de marketing qui s'appuie sur les neurosciences pour cerner le comportement des consommateurs et influencer leurs décisions. Avec de nombreuses études de cas : Nestlé, Pepsi, Danone, Colgate, Unilever, etc.